

Kommentare zum Teil: Technik und Alltag

Lüscher, Kurt; Allerbeck, Klaus

Veröffentlichungsversion / Published Version

Konferenzbeitrag / conference paper

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Lüscher, K., & Allerbeck, K. (1987). Kommentare zum Teil: Technik und Alltag. In B. Lutz (Hrsg.), *Technik und sozialer Wandel: Verhandlungen des 23. Deutschen Soziologentages in Hamburg 1986* (S. 267-274). Frankfurt am Main: Campus Verl. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-406100>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under Deposit Licence (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

Kommentare

Die Ambivalenz der Medien

Kurt Lüscher

Roland Eckert und Rainer Winter wollen die Schwächen der Medienwirkungsforschung überwinden, indem sie, was in soziologischer Perspektive zu begrüßen ist, die Strukturen in den Vordergrund rücken, die um und durch die Medien entstehen. Zentral ist für sie das Konzept des Marktes. Auf diese Weise kommen sie nach einem Rückblick auf die Mediengeschichte zum Schluß, die Herausbildung persönlicher Individualität sei durch die Medien in zunehmendem Maße begünstigt worden. Dementsprechend sei auch „die allgemein verbreitete Überzeugung falsch, daß das moderne technologische Kommunikationssystem das Verhalten der Menschen gleichmache“.

Ich bin der Auffassung, die vorgetragene Analyse greife zu kurz und sei im Hinblick auf die aktuelle Situation mißverständlich. Ich möchte dies erläutern, indem ich eine *Gegenthese* aufstelle und sie in der gebotenen Kürze begründe.

Meine These lautet: *Medien konstituieren soziale Strukturen und Prozesse, die grundsätzlich ambivalent sind. Dementsprechend sind ihre Auswirkungen auf Individuen, Gruppen und soziale Entwicklungen ambivalent und erfordern einen gestalteten sozialen Rahmen, also Ethik, Recht und generelle Regeln der Organisation.*

Damit will ich sagen: Medien fördern unter näher zu bestimmenden sozialen Bedingungen Tendenzen der Konzentration politischer und ökonomischer Macht *oder* Tendenzen der Demokratisierung und Liberalisierung, sie fördern Konformität *oder* Individualität. Welche dieser Tendenzen sich in welchem Maße durchsetzen, hängt von der gesellschaftlichen Organisation der Medien ab, beispielsweise vom Recht. Je mehr Medien zur Verfügung stehen, desto anspruchsvoller ist die Aufgabe, eine Rahmenordnung für die Medien zu schaffen. Sich dieser Aufgabe zu entziehen, indem die Bahn frei zur De-Regulierung gegeben wird, fördert letztlich Tendenzen der gesell-

schaftlichen Anomie, denn die Menschen erleben oft die den Medien eigenen Ambivalenzen als Überforderung, welche die Orientierungen des Handelns erschwert. Das zeigen beispielsweise Untersuchungen zum Thema Familie und Medien.

Ich kann hier meine These nicht ausführlich abhandeln, sondern muß mich mit einigen Stichworten begnügen, die ich so auswähle, daß damit deutlich wird, warum ich Eckert/Winter nicht zu folgen vermag.

a) Zentral für unsere Thematik ist zunächst das Konzept des *Mediums*. Kennzeichnend für Medien sind sowohl die Geräte, Techniken und Technologien als auch die sozialen Kontexte, die sich bei der Produktion, Vermittlung und Nutzung konstituieren. – Unsere Analysen greifen also zu kurz, wenn wir, wie dies in der Alltagssprache oft geschieht, an einigen Stellen auch bei Eckert/Winter, die Technik dem Medium gleichsetzen. Das Medium Telefon ist mehr als der Telefonapparat; es schließt die gesamte soziale Organisation ein, welche die Nutzung dieser Technologie erfordert, beispielsweise – was mit Blick auf die heutigen Technologien besonders wichtig ist – die Vernetzungen. Ebenso wichtig ist es, die arbeitsteilige, auch hierarchische Organisation ins Auge zu fassen, die erforderlich ist, damit etwa Fernsehnachrichten ausgestrahlt werden können. In einem solchen Aufwand von Organisation sind potentiell Tendenzen zur Zentralisierung und zur Konformität angelegt, was ja durchaus aktuelle Gesprächsthemen sind.

b) Von herausragender Bedeutung in der Analyse von Eckert/Winter ist das Konzept des *Marktes*. Zunächst wird es in dem abstrakten Sinne gebraucht, den ihm die sog. Austausch-Theorie (Exchange-Theory) zuweist. Wird das Konzept jedoch auf geschichtliche Verhältnisse angewandt, wie dies bei Eckert/Winter geschieht, sind Konkretisierungen notwendig und schlechte Analogien, auch diejenige zum Heiratsmarkt, greifen zu kurz. Es ist unerlässlich, den Markt für derartige Analysen unter ökonomischen und politischen Gesichtspunkten zu sehen, nicht nur, um Mißverständnisse zu vermeiden, sondern weil eine derartige Betrachtung notwendig ist, um die Besonderheiten des Medienmarktes zu erkennen, wie sie für Medienjuristen und -ökonomten von Belang sind.

Hierzu ist vorab festzustellen, daß die Metapher des Marktes verschiedenartige Austauschbeziehungen erfassen soll. Man könnte somit von mehreren Märkten bzw. Teilmärkten sprechen, beispielsweise beim Buch von solchen zwischen Käufern und Verlagen sowie zwischen Verlagen und Autoren. Das

Fernsehen wiederum schafft in diesem Sinne Märkte, an denen Zuschauer, Gerätehersteller, Fernsehanstalten, Produzenten von Sendungen, Autoren usw. beteiligt sind, vor allem aber auch die Käufer von Werbezeit.

c) Was das *Programm* betrifft, ist empirisch festzustellen:

- Parallel zur Privatisierung der Trägerschaft und Finanzierung über Werbung ist eine zunehmende Angleichung der zeitlich dominanten Inhalte zu beobachten, was nicht, wie viele behaupten, schlicht mit dem schlechten Geschmack der Massen zusammenhängt, sondern vor allem dadurch bedingt ist, daß nach dem kleinsten gemeinsamen Nenner gesucht werden muß, der gerade noch die Leute am Apparat zu halten vermag, was sie gerade noch tolerieren. Primär zählt ja die hohe Einschaltquote, finanziert doch die Werbung das Programmangebot, allerdings oft in indirekter Weise, somit auf einem „Markt“, der – notabene – nur zu einem kleineren Teil transparent ist.
- Da die Fixkosten für eine Sendung (ebenso wie für einen Werbespot) für den Produzenten dieselben sind, ungeachtet, ob viele oder wenige die Sendung sich ansehen, jedoch die Werbeeinnahmen mit zunehmender Reichweite logischerweise steigen, ist potentiell wiederum eine Tendenz zur Oligopolisierung der Trägerschaft gegeben, was Minderheitenprogramme zwar nicht völlig ausschließt, sie jedoch unverkennbar an den Rand drängt. Die Marginalisierung der Minderheiten wird gewissermaßen verdoppelt.

Durch die bereits erwähnte Tatsache, daß sich um ein Medium mehrere Märkte bilden, die nun allerdings miteinander verkoppelt sind, wird die Möglichkeit zur Zentralisierung, zur Bildung von Oligopolen verstärkt. Dazu fehlt es nicht an aktuellen Beispielen. Wir erkennen hier strukturelle Ambivalenzen, deren politische Implikationen und deren Folgen für die Herausbildung von Gruppenidentitäten und personaler Identität offensichtlich sind.

Ich möchte meine These der „Ambivalenz der Medien“ nicht nur ökonomisch-politisch, sondern auch *handlungsanalytisch* begründen. Ich wähle hierzu die Zeitstruktur der Mediennutzung. Wer ein Medium nutzt, muß dafür Zeit einsetzen. Doch in der Art und Weise, wie er das tut, ist er nicht völlig frei. Betrachten wir, als Beispiele, in dieser Hinsicht kurz Lesen und Fernsehen:

- Wenn wir ein Buch lesen, können wir individuell entscheiden, ob wir es überfliegen, durchblättern, mehr oder weniger gründlich lesen wollen,

wir können uns dem Text ohne weiteres wiederholt zuwenden, u.U. in längeren Abständen, kurz, wir vermögen über die aufgewendete Zeit, bezogen sowohl auf die jeweilige Situation als auch in biographischen Dimensionen, in hohem Maße die Intensität und – indirekt – die Qualität unserer Mediennutzung selbst, d.h. autonom zu bestimmen. Auf diese Weise kommt dem Lesen, wie wir wissen, ein reales Potential an Emanzipation zu.

- Im Umgang mit dem Fernsehen ist eine derartige Autonomie nur mit erheblichem Aufwand mittels eines weiteren zusätzlichen Mediums, Video, wenn überhaupt zu erreichen. Primär müssen die Zuschauer sich in der Dauer und im Rhythmus der Zeit der einzelnen Sendung, der Struktur des Programms anpassen, eingeschlossen den Überraschungen, die es bietet. Natürlich ist jederzeit ein Verzicht auf Zuschauen möglich, doch im Vergleich zum Lesen ist das ein wesentlich weniger differenzierter Umgang mit Medium.

Die Dimension der *Zeit* ist nun handlungstheoretisch für zwischenmenschliche Beziehungen sowohl praktisch als auch theoretisch bedeutsam, denn der Umgang mit Zeit erfordert die pragmatische Umsetzung von Zeitkonzepten (von individueller, gruppenspezifischer, organisatorischer Zeit), und diese wiederum ist von hervorragender Bedeutung für den Aufbau von Identitäten, umso mehr, als die Zeit für Kommunikationen beschränkt ist, was die Tragweite der Gewichtung der einzelnen Medien erhöht.

Medien in unserer Gegenwart fördern somit nicht nur die Wahlmöglichkeiten, sondern angesichts der Omnipotenz forcieren sie die Notwendigkeiten der Wahl. Sie machen oft die Wahl zur Qual.

Wir sind uns wohl alle einig darüber, daß wir, wenn wir ein dermaßen brennendes Thema wie Medien als zwischenmenschliche Beziehungen erörtern, auch die sozialen Folgen unserer Analysen in den Blick nehmen sollten. Ich frage mich, ob die von Eckert/Winter vorgeschlagenen Thesen nicht gebraucht werden könnten, um die politische Auffassung zu stärken, heute gelte es, im Bereich der Medien alle Schranken fallen zu lassen, also dem bereits eingangs erwähnten Motto der De-Regulierung nachzuleben. Ich glaube nicht, daß Eckert/Winter diese Position teilen, doch ein undifferenzierter Gebrauch der Metapher des Marktes birgt die Gefahr derartiger Mißverständnisse.

Zusammenfassend behaupte ich also, die These der konstitutiven Ambivalenz der Medien komme den heutigen Wirklichkeiten und Problemen wesentlich näher als das von Eckert/Winter vorgeschlagene Markt-Modell. Gewiß, die

Medien hängen mit den übergreifenden Tendenzen zur Individualisierung zusammen. Doch unsere Zeit ist kaum mehr eine solche, welche diese Individualisierung uneingeschränkt, gewissermaßen naiv, als Emanzipation schlechthin preist. Vielmehr zeichnen sich Tendenzen ab, die darauf hinweisen, daß wir Individualität auch als problematisch erleben, demgemäß problematisieren. Individuelles Handeln und seine Äquivalente: Konkurrenz, permanente Thematisierung der Identität, kontinuierlicher Entscheidungsdruck sind uns oft, und oft mehr als uns lieb ist, strukturell aufgezwungen. Wir leben in einem Zeitalter der *Aleatorik*, nämlich permanent strukturell geforderter Individualität, die sich oft als problematisch erweist und zu Zufälligkeiten individuellen und kollektiven Handelns führt. Dazu tragen die Medien auf allen Stufen der sozialen Organisation, in allen Bereichen unseres Lebens bei, den alltäglichen ebenso wie den außeralltäglichen. Darin liegt ihre aktuelle Ambivalenz. Die in dieser Situation bestehende Herausforderung einer Gestaltung unserer Medienumwelt – unsere Medienökologie – ist eine Aufgabe, deren Tragweite wir erst allmählich zu erkennen vermögen. Wir brauchen darum Ansätze, worin die elementaren Konzepte so umschrieben sind, daß wir die Problematik der Entwicklung von Grund auf zu erfassen vermögen.

Mikroelektronik und Telekommunikation

Klaus Allerbeck

Die erste Aufgabe des Soziologen heute bei der Betrachtung von „Kommunikation“ im allgemeinen und Telekommunikation im besonderen ist es, sich des Problems *selbst* zu versichern und nicht Problemdefinitionen aus Politik, Verwaltung oder Medien zu übernehmen. Der internationale Vergleich des Verhaltens von Sozialwissenschaftlern zeigt, daß sie nur allzuleicht in ihrer Themensetzung der Politik folgen; so wird Telekommunikationspolitik vor allem in Großbritannien zu einem Thema, und dies erst zu einem Zeitpunkt, als die Privatisierungspolitik durchgesetzt wurde. So kommt es in der Bundesrepublik darauf an, nicht die Phänomene der Kommunikation zu ignorieren, welche die Bundespost verbietet oder durch

prohibitive Kosten unmöglich macht, sondern diese zumindest in die Überlegungen einzubeziehen, wenn sie denn schon nicht empirisch erforscht werden können; die Telekommunikationspolitik muß gerade dann erörtert werden, wenn es scheinbar keine solche gibt, sondern nur eine Fortschreibung des Fernmeldeanlagengesetzes unter welchem Etikett auch immer. (Ohne weiteren Beleg sei die Behauptung hier aufgestellt, daß der *private* Computer in den Überlegungen der Bundespost keinen Niederschlag findet; die Möglichkeiten der DATEX-P-Netze stehen aufgrund der Gebührenstruktur de facto nur Geschäftsverbindungen zur Verfügung.) Eine exklusive Betonung welcher Form des „Fernsehens“ auch immer und des sog. „Bildschirmtexts“ als vorhandene „Dienste“ würde ignorieren, was nicht nur sein könnte, sondern in manchen Ländern als Möglichkeit gegeben ist und genutzt wird: Nutzung fortgeschrittener Kommunikationstechnologien zu geringen Kosten zwischen Privatpersonen oder Haushalten, oder Kommunikation über sog. Bulletin Boards (die in Deutschland aus unerfindlichen Gründen „Mailbox“ heißen) mit vorhandenen Netzen und Anschlüssen.

Telekommunikation in alten Netzen

Die technischen Anforderungen zur Teilnahme sind gering: Ein Heim- oder Personalcomputer, ein Modem (oder notfalls ein Akustikkoppler) und ein Telefonanschluß reichen aus. Die Kosten sind erschwinglich; zu Weltmarktpreisen sollte all dies mit einem kompatiblen IBM-PC kaum mehr als 2000 DM kosten. Die Übertragungsgeschwindigkeit kann mit vorhandener Technologie sehr hoch sein; die fehlerfreie Übertragung (mittels sog. „Protokolle“) mit 9600 Baud – d.h. wesentlich schneller, als der Mensch lesen kann, ca. 960 Zeichen pro Sekunde – ist möglich. (Zum Vergleich BTX: 75 Baud vom Benutzer zur Zentrale und 1200 Baud von der Zentrale zum Benutzer.)

Die Nutzung beginnt erst. Neue Kommunikationsformen werden erfunden und erschlossen. Die Computer-Konferenz ist eine davon. Neu hieran ist: Der Empfänger kann auswählen – ein Unterthema, ein bestimmtes Stichwort, einen bestimmten Konferenzteilnehmer –, und selbstverständlich eigene Beiträge leisten. Die Kosten der Beteiligung werden weniger von der Schreibgeschwindigkeit bestimmt als von der Menge des Übertragenen und der Übertragungsdauer.

Koautoren von Büchern können so rasch und zuverlässig Entwürfe von

Kapiteln austauschen – und sie tun dies zunehmend. Menschliche Kommunikation (Stimme, Hören) wird dadurch nicht ersetzt. Die technisch vermittelte Kommunikation hat nicht nur Nachteile. Bei der Computer-Tele-Konferenz hilft es einem Argument z.B. nicht, von einer lauten Stimme vorgetragen zu werden, und weibliche Teilnehmer werden nicht häufiger unterbrochen. Die Geschwindigkeit der gezielten Informationsaufnahme kann wesentlich höher sein als bei herkömmlichen Telekommunikations-Medien.

Dies sind einige Eindrücke, keine Ergebnisse empirischer Forschung über Computer-Konferenzen. Solche Forschungen wären indes wünschenswert. Entsteht hier eine eigene, neue Sozialstruktur, welche Innovatoren in neue Beziehungen zueinander bringt? Anzeichen hierfür gibt es, aber auch der sozialstrukturelle Aspekt ist noch weitgehend unerforscht. Unklar ist auch noch, wie stark dies neue Medium der Kommunikation mit Benutzergruppen (User Groups) verbunden ist, oder ob es sich um eigenständige, zu trennende Phänomene handelt.

All dies geschieht mit vorhandenen Telefonnetzen – es ist nicht erforderlich, daß die Telefongesellschaft digitalisiert, irgendwelche neuen Kabel gelegt werden usw. Die soziale Erprobung des Neuen, die Verbindung von Innovatoren über Standorte hinweg usw. – all dies ist schon mit der heute vorhandenen Technologie auch des Telefonnetzes möglich.

Das Tempo der Diffusion

Gleichwohl: dies mag utopisch klingen. Wie utopisch es ist, ist eine Frage der Verbreitung von privaten PCs. Der internationale Vergleich gibt Anhaltspunkte vor allem zu den Wachstumsraten, die hier vorkommen können.

Greifen wir eine vertraute, nicht sehr technische Berufsgruppe in den USA heraus: Soziologen. Damit meine ich nicht, daß jetzt etwa zwei Drittel (und im Oktober vergangenen Jahres die Hälfte [50%]) der amerikanischen Soziologen über einen eigenen PC verfügten (Morton/Price), ich meine damit die Steigerungsrate. 1985 haben die Hälfte der Geistes- und Sozialwissenschaftler in den USA einen eigenen Computer; 1982 waren es 7%, 1983 16% und 1984 32%. Insofern spricht der jetzige vergleichsweise niedrige Bestand an PCs in Deutschland, und die noch niedrigere Zahl der Modems, nicht gegen eine hohe Relevanz in der nahen Zukunft.

Kommunikation als Beziehung: Hat der andere das Medium?

Zentrales Ergebnis der „Akzeptanz“- oder besser „Nicht-Nutzungs“-Forschung ist: Es kommt darauf an, ob „der Andere“ über dieses Medium verfügt und es nutzt. Die Vermutung, der andere sei über ein gegebenes (neues) Medium erreichbar, ist für die Nutzung dieses Mediums entscheidend.

Wenn technische Neuerungen völlig neue Geräte oder neue Netze verlangen, fördert technische Innovation soziale Innovationen nicht, sondern ist sogar ein Hemmnis des *sozialen* Wandels, welcher mittels *technischer* Diskussion vertagt wird.

Es gibt bereits Lektionen vergangener Innovationen in diesem Bereich, die weit hinter den Erwartungen zurückblieben: Das neue Medium Bildschirmtext liegt um mindestens Faktor 20 hinter den öffentlich gemachten Planzahlen zurück, und das technisch überlegene TELETEX hat das TELEX-Netz nicht nur nicht überholt, sondern liegt immer noch beträchtlich zurück. Beides illustriert, wie technische Innovationen, die von den Benutzern hohe Investitionen verlangen, ohne ihnen ein Netz mit zahlreichen anderen Benutzern für die nahe Zukunft in Aussicht stellen zu können, sich am Markt nicht durchsetzen und so keinen sozialen Wandel bewirken können.

Computer – Druckerpresse des 21. Jahrhunderts?

Dieser Vergleich von Ithiel de Sola Pool mag in der Datierung falsch sein; die Größenordnung ist richtig gekennzeichnet. Dies gilt zumal, wenn der Computer als privates Kommunikationsinstrument genutzt wird. So sollte Telekommunikationspolitik – ihre Entscheidungen wie ihre Nicht-Entscheidungen – von den Soziologen als Gegenstand ernster genommen werden als bisher. Soziologen könnten dadurch den technischen und sozialen Wandel den Betroffenen aktiv gestalten helfen – mehr, als wenn sie sich mit Begleitforschung begnügen, welche nur von anderen längst getroffene Entscheidungen im Vollzug beobachtet.